

นวัตกรรมการ

“เครือข่ายคุณค่าผลไม้คุณภาพ”

นวัตกรรม “เครือข่ายคุณค่าผลไม้คุณภาพ”

1

ที่มาของนวัตกรรม :

กลุ่มชาวสวนผลไม้ จ.จันทบุรี ประสบปัญหา ราคาผลไม้ตกต่ำ และมีต้นทุนการผลิตสูง เนื่องจากราคาปัจจัยการผลิตสูง กอปรกับนโยบายรัฐที่ส่งเสริมการปลูกยางพาราและปาล์มน้ำมัน จึงทำให้ชาวสวนผลไม้จำนวนมากหันไปปลูกยางพาราและปาล์มน้ำมันแทน

2

วัตถุประสงค์ของนวัตกรรม :

กลุ่มชาวสวนผลไม้ ภายใต้แกนนำของ พ่อวิชัย ประกอบทรัพย์ ประมาณ 20 คน มีความคิดที่จะหาทางแก้ปัญหาอย่างเป็นระบบ ให้ได้มีอาชีพชาวสวนผลไม้อย่างยั่งยืน

4

การดำเนินการนวัตกรรม :

การดำเนินการนวัตกรรม “เครือข่ายคุณค่าผลไม้คุณภาพ” เป็นไปภายใต้กลไกของการดำเนินการโครงการวิจัย “เครือข่ายคุณค่าผลไม้” โดยใช้ระยะเวลาดำเนินการโครงการวิจัยอย่างต่อเนื่อง 3 ระยะ (ระหว่างปี 2552 – 2556)

3

การออกแบบนวัตกรรม :

เป็นไปภายใต้กระบวนการมีส่วนร่วมของผู้เกี่ยวข้อง ทั้งกลุ่มชาวสวนผลไม้ที่สนใจเข้าร่วมโครงการ ฝ่ายจัดการ สก.เขาคิชฌกูฏ จำกัด พี่เลี้ยงจากสำนักงานส่งเสริมสหกรณ์จังหวัด และ สถาบันวิชาการด้านสหกรณ์ นำเอาชุดความรู้การจัดการโซ่อุปทานในธุรกิจสหกรณ์ การเชื่อมโยงเครือข่ายคุณค่า การสร้างแบรนด์ และการจัดการเกษตรที่ดี (GAP) มาใช้

5

การประเมินผลนวัตกรรม :

- กลุ่มชาวสวนผลไม้จำหน่ายผลไม้คุณภาพผ่านภาคีเครือข่าย ได้ปีละ 9.96 ตัน
- เพิ่มช่องทางการจำหน่ายในประเทศผ่านภาคีพันธมิตรธุรกิจ สู่ห้างสรรพสินค้าชั้นนำ เทสโก้โลตัส แม็คโคร และเครือข่ายสถาบันเกษตรกร
- เพิ่มช่องทางการจำหน่ายไปยังตลาดต่างประเทศ ผ่าน ภาคีพันธมิตร ไปยังจีน เวียดนาม บรูไน ตะวันออกกลาง
- ได้ชุดความรู้การผลิตผลไม้คุณภาพด้วยจิตสำนึก การจัดการคุณภาพผลไม้เพื่อการส่งออก
- เกิดเป็นกลุ่มทายาทสวนผลไม้ เพื่อสืบทอดอาชีพชาวสวนผลไม้อย่างยั่งยืน
- ตัวแบบธุรกิจสหกรณ์ที่มีการจัดการโซ่อุปทาน

6

การนำไปใช้ประโยชน์ :

- การจัดตั้งและดำเนินการศูนย์เรียนรู้มีชีวิต “กลุ่มชาวสวนผลไม้คุณภาพ”
- การขยายผล นาสารโมเดล ในกลุ่มชาวสวนผลไม้จังหวัดสุราษฎร์ธานี
- การสร้างแบรนด์ผลไม้คุณภาพเพื่อยกระดับราคาผลไม้คุณภาพ
- การพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมการพัฒนาโปรแกรมทัวร์เกษตร โดยสหกรณ์การเกษตรเขาคิชฌกูฏ และภาคีเครือข่าย

การนำชุดความรู้ GAP/ การเชื่อมโยงเครือข่ายคุณค่า/ การจัดการโซ่อุปทานภายในธุรกิจสหกรณ์มากำหนดกรอบยุทธศาสตร์เครือข่ายฯ

เป้าหมายร่วม

★ การพัฒนาการผลิต ผู้ปลูกผลไม้คุณภาพ Best from Farm ภายใต้ระบบ GAP
★ การสร้างทายาทเกษตรกร

★ ทีมนักส่งเสริมขับเคลื่อน การวิจัยเพื่อพัฒนาเครือข่ายคุณค่าผลไม้คุณภาพ
★ การจัดการความรู้และการวางแผนทางเชิงกลยุทธ์

★ การวางแผนธุรกิจผลไม้คุณภาพโดยสหกรณ์การเกษตรร่วมกับพันธมิตรธุรกิจ (การบริหารจัดการโซ่อุปทานในธุรกิจสหกรณ์)

ภาคีพันธมิตร
★ การกระจายสินค้าตามช่องทางการตลาดต่างๆ

★ การติดตามข้อมูลป้อนกลับเพื่อพัฒนา

- การแก้ปัญหา ราคาผลไม้ตกต่ำและผันผวน
- การดำรงอยู่ในอาชีพชาวสวนผลไม้อย่างยั่งยืน

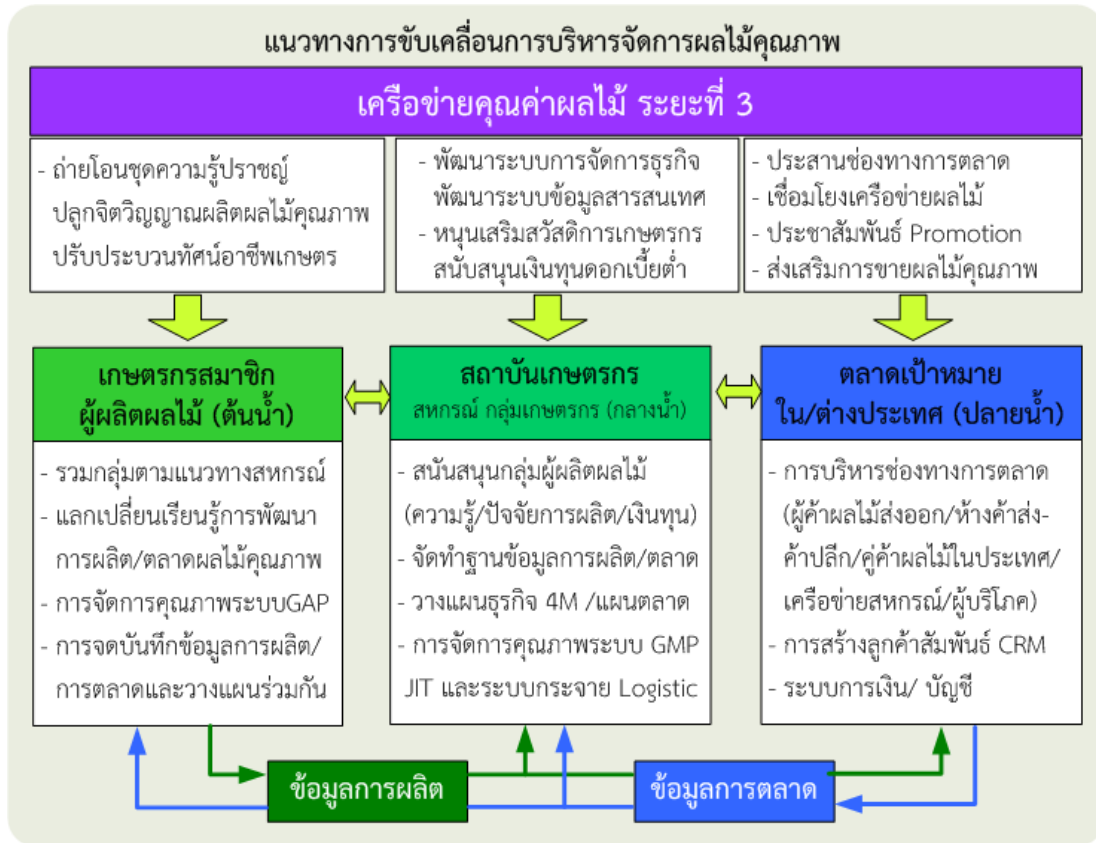
การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม ภายใต้คำแนะนำของพื้นที่เลี้ยงสถาบันวิชาการด้านสหกรณ์

เครือข่ายคุณค่าผลไม้มูลคณภพ : การบริหารจัดการ

➤ เจือปนของนวัตกรรมการ : ปี 2550 กลุ่มชาวสวนผลไม้ที่เป็นสมาชิกของสหกรณ์การเกษตรเขาชะเมาฯ จำกัด จังหวัดจันทบุรี เผชิญปัญหาที่มีผลกระทบจากต้นทุนการผลิตที่สูงขึ้น ขณะเดียวกันราคาจำหน่ายผลไม้มีราคาตกต่ำ (โดยเฉพาะในช่วงฤดูทาลที่ผลไม้ออกสู่ตลาด) ทอปรับนโยบายรัฐที่ส่งเสริมการปลูกยางพาราและปาล์มน้ำมัน) จึงทำให้ชาวสวนผลไม้จำนวนมากเปลี่ยนอาชีพไปปลูกยางพาราและปาล์มน้ำมันแทน

➤ วัตถุประสงค์ของนวัตกรรมการ : กลุ่มชาวสวนผลไม้ ภายใต้แกนนำของพ่อวิชัย ประกอบทรัพย์ ประมาณ 20 คน มีความคิดที่จะหาทางแก้ปัญหาความผันผวนของราคาผลไม้และทางเลือกสำหรับชาวสวนผลไม้ที่จะยังคงดำรงอยู่ในอาชีพชาวสวนผลไม้อย่างยิ่งยืน (โดยที่กลุ่มชาวสวนผลไม้ ภายใต้แกนนำของพ่อวิชัย ได้ริเริ่มพัฒนาการผลิตผลไม้มูลคณภพ โดยมีหน้าส่งเสริมสหกรณ์และนักวิชาการเป็นพี่เลี้ยงในพื้นที่)

➤ การออกแบบนวัตกรรมการ : การออกแบบนวัตกรรมการเป็นไปภายใต้กระบวนการมีส่วนร่วมของผู้เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย กลุ่มชาวสวนผลไม้อำเภอเขาชะเมาฯ ที่สนใจเข้าร่วมโครงการ ฝ่ายจัดการสหกรณ์การเกษตรเขาชะเมาฯ จำกัด เจ้าหน้าที่ส่งเสริมสหกรณ์จังหวัดจันทบุรี และนักวิจัยสถาบันวิชาการด้านสหกรณ์ ได้นำเอาชุดความรู้ การจัดการโซ่คุณค่าในธุรกิจสหกรณ์ การเชื่อมโยงเครือข่ายคุณค่า การสร้างแบรนด์ และการจัดการเกษตรที่ดี (Good Agricultural Practice: GAP) มาใช้ในการออกแบบกระบวนการขับเคลื่อนการพัฒนา “ระบบการจัดการโซ่คุณค่าในธุรกิจผลไม้มูลคณภพของสหกรณ์การเกษตร” พัฒนาไปสู่ “เครือข่ายคุณค่าผลไม้มูลคณภพ”



รูปที่ 6 เครือข่ายคุณค่าผลไม้ จังหวัดจันทบุรี

➤ การดำเนินการโครงการนวัตกรรม : การดำเนินการนวัตกรรม “เครือข่ายคุณค่าผลไม้คุณภาพ” เป็นไปในรูปแบบของการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม ภายใต้กลไกของโครงการ “เครือข่ายคุณค่าผลไม้” โดยมีระยะเวลาดำเนินการโครงการวิจัยอย่างต่อเนื่อง 3 ระยะ ระหว่างปี 2552 - 2556 โดยการดำเนินการที่สำคัญ ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ดังนี้ (รูปที่ 7)



รูปที่ 7 การดำเนินการโครงการนวัตกรรม “เครือข่ายคุณค่าผลไม้”

- การพัฒนาการผลิตผลไม้คุณภาพ ภายใต้กลไกกลุ่มชาวสวนผลไม้คุณภาพที่นำเอาวิธีการเกษตรที่ดี : GAP มาใช้ยกระดับคุณภาพผลไม้จากฟาร์ม (Best from Farm) และการสร้างทายาทเกษตรกร

- การจัดการความรู้และวางกรอบแนวทางเชิงกลยุทธ์สำหรับ การขับเคลื่อนระบบธุรกิจของเครือข่ายคุณค่าผลไม้ที่มีสหกรณ์การเกษตรเขาคิชฌกูฏ จำกัด ได้ประยุกต์นำเอาการจัดการโซ่อุปทานในธุรกิจสหกรณ์มาใช้ โดยมีนักท่องเที่ยวเป็นพี่เลี้ยง

- การวางแผนธุรกิจผลไม้คุณภาพ โดยสหกรณ์การเกษตรเขาคิชฌกูฏ จำกัด ร่วมกับภาคีพันธมิตรธุรกิจ ด้วยการนำเอาการบริหารจัดการโซ่อุปทานในธุรกิจสหกรณ์มาใช้

- การกระจายสินค้าตามช่องทางการตลาดต่างๆ ภายใต้แบรนด์ คิชฌกูฏโมเดล (KM) โดยภาคีพันธมิตร

- การติดตามข้อมูลป้อนกลับเพื่อการพัฒนาธุรกิจ

4.1) ผลลัพธ์จากการดำเนินโครงการนวัตกรรม สามารถสร้างคุณค่าได้ทั้งด้านเศรษฐกิจ และสังคม ที่เกิดขึ้นแก่กลุ่มชาวสวนผลไม้คุณภาพ และผู้เกี่ยวข้อง

ผลการดำเนินงานด้านเศรษฐกิจ :

- กลุ่มชาวสวนผลไม้คุณภาพ จำนวนผลไม้คุณภาพได้ปีละ ๑,๑๖๑ ตัน โดยใช้กลไกของภาคีพันธมิตร

- เพิ่มช่องทางจำหน่ายในประเทศ (ภาคใต้ภาคกลาง ภาคอีสาน ภาคเหนือ) และต่างประเทศ ผ่านภาคีบริษัทส่งออกไปยังประเทศจีน เวียดนาม บรูไน ตะวันออกกลาง

ผลการดำเนินงานด้านสังคม :

- ชูตความรู้อ GAP ด้วยจิตสำนึก ชูตความรู้อการจัตการและส้งมอบผลไ้คุณภาว
 - ก่อเกิดเป็นสังคมฐานความรู้อในกลุ่มชาวสวนผลไ้คุณภาว และทายาทเกษตรกร
 - ได้ชูตความรู้อ การผลิตการเกษตรกัตด้วยจิตสำนึก หรือกัตู้จ้กักันคัว่า ชูตความรู้อ GAP ด้วยจิตสำนึก กัพอวชั้ย ปรทอบทอรัพย์ และกลุ่มชาวสวนผลไ้ได้สร้งแผนวปฏิบคั กัตเพื่อการเสยแพร่ความรู้อสู่ส้าชารณะ
 - สั้วแบบนฐรคัจของส้ากรณการเกษตรกันำเอากการจัตการชั้ลู่ปทามมาใช้ในฐรคัจส้ากรณะ ชั้เป็นแผนวปฏิบคักัตในการสร้งความสามารถในการบ่งป้บแ่ส้ากรณการเกษตร
 - การปรบเปล่ยนพฤติกรรมผู้บรโภคในสังคม ใ้หันมามบรโภคผลไ้คุณภาวภายใต้แบบรณคั คัชทุณฐมโธเตล ชั้มีราคาสูงกว่แ่บ่บรโภคได้ทุทผลอย่างปลอตมอ้ย
- 4.2) “ศูนย์เรยอชั้กลุ่มชาวสวนผลไ้คุณภาว” เพื่อการเสยแพร่ส้าชารณะชน ชั้ปัจจุบันมีผู้ส้ใจเข้าเฮยอชั้และคัทษาตุงานเป็นจ้ำนวนมก

➤ การขยายผลเพื่อการนำไปใช้ประโยชน์ :

- ปัจจุบันขยายผลจ้ตตั้งและต้ำนะงาน ศูนย์เรยอชั้มีชีวิต (Living Learning Center) เพื่อการถ้อยโอบความรู้อ “วิถีชีวิตชาวสวนผลไ้คุณภาว” เพื่อการเสยแพร่
- การถ้อยโอบความรู้อ พัฒนาเป็น “น้าส้ารโธเตล” แ่ก่กลุ่มชาวสวนผลไ้จ้จหวัด สู้รณชั้รชานะ
- การพัฒนาหลักฐฐเรยอชั้สู่การเกษตรอ้งอชั้ และคุณภาวชีวิตกัตของชาวสวนผลไ้ โดยใ้ห้องเรยอชั้รชานะคัคัเพื่อการบ่งป้บความรู้อระหว่กัมบ้ญญและน่วตกรรณโอม ไปสู่การยกระต้บเกษตรกรมีอชั้ช และโปรแ่กรมการทอองเกยอชั้เกษตร โดยส้ากรณการเกษตรเวาคัชทุณ จ้กัถ

นวัตกรรม “เครือข่ายคุณค่าผลไม้คุณภาพ”

1

ที่มาของนวัตกรรม :

กลุ่มชาวสวนผลไม้ จ.จันทบุรี ประสบปัญหา ราคาผลไม้ตกต่ำ และมีต้นทุนการผลิตสูง เนื่องจากราคาปัจจัยการผลิตสูง กอปรกับนโยบาย รัฐที่ส่งเสริมการปลูกยางพาราและปาล์มน้ำมัน จึงทำให้ชาวสวนผลไม้จำนวนมากหันไปปลูก ยางพาราและปาล์มน้ำมันแทน

2

วัตถุประสงค์ของนวัตกรรม :

กลุ่มชาวสวนผลไม้ ภายใต้แกนนำของ พ่อวิชัย ประกอบทรัพย์ ประมาณ 20 คน มีความคิดที่จะหาทางแก้ปัญหาอย่างเป็นระบบ ให้ได้มีอาชีพชาวสวนผลไม้อย่างยั่งยืน

4

การดำเนินการนวัตกรรม :

การดำเนินการนวัตกรรม “เครือข่ายคุณค่าผลไม้คุณภาพ” เป็นไปภายใต้กลไกของการดำเนินการ โครงการวิจัย “เครือข่ายคุณค่าผลไม้” โดยใช้ระยะเวลาดำเนินการโครงการวิจัย อย่างต่อเนื่อง 3 ระยะ (ระหว่างปี 2552 – 2556)

3

การออกแบบนวัตกรรม :

เป็นไปภายใต้กระบวนการมีส่วนร่วมของผู้เกี่ยวข้อง ทั้งกลุ่มชาวสวนผลไม้ที่สนใจเข้าร่วมโครงการ ฝ่ายจัดการ สก.เขาคิชฌกูฏ จำกัด พี่เลี้ยงจากสำนักงานส่งเสริมสหกรณ์จังหวัด และ สถาบันวิชาการด้านสหกรณ์ นำเอาชุดความรู้การจัดการโซ่อุปทานใน ธุรกิจสหกรณ์ การเชื่อมโยงเครือข่ายคุณค่า การสร้างแบรนด์ และการจัดการเกษตรที่ดี (GAP) มาใช้

5

การประเมินผลนวัตกรรม :

- กลุ่มชาวสวนผลไม้จำหน่ายผลไม้คุณภาพผ่านภาคี เครือข่าย ได้ปีละ 9.96 ตัน
- เพิ่มช่องทางการจำหน่ายในประเทศผ่านภาคี พันธมิตรธุรกิจ สู่ห้างสรรพสินค้าชั้นนำ เทสโก้โลตัส แม็คโคร และเครือข่ายสถาบันเกษตรกร
- เพิ่มช่องทางการจำหน่ายไปยังตลาดต่างประเทศ ผ่าน ภาคีพันธมิตร ไปยังจีน เวียดนาม บรูไน ตะวันออกกลาง
- ได้ชุดความรู้การผลิตผลไม้คุณภาพด้วยจิตสำนึก การจัดการคุณภาพผลไม้เพื่อการส่งออก
- เกิดเป็นกลุ่มทายาทสวนผลไม้ เพื่อสืบทอดอาชีพ ชาวสวนผลไม้อย่างยั่งยืน
- ตัวแบบธุรกิจสหกรณ์ที่มีการจัดการโซ่อุปทาน

6

การนำไปใช้ประโยชน์ :

- การจัดตั้งและดำเนินการศูนย์เรียนรู้มีชีวิต “กลุ่มชาวสวนผลไม้คุณภาพ”
- การขยายผล นาสารโมเดล ในกลุ่มชาวสวนผลไม้ จังหวัดสุราษฎร์ธานี
- การสร้างแบรนด์ผลไม้คุณภาพเพื่อยกระดับราคา ผลไม้คุณภาพ
- การพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมการพัฒนาโปรแกรม ทัวร์เกษตร โดยสหกรณ์การเกษตรเขาคิชฌกูฏ และภาคีเครือข่าย

